

BAB III

TEMUAN DAN ANALISIS DATA PENELITIAN

Pada bab ini, penelitian akan membahas hasil penelitian tentang citra Pupuk Kaltim yang diperoleh melalui perhitungan distribusi frekuensi terhadap jenis citra yang terbentuk di Pupuk Kaltim melalui kanal berita *website Pupukkaltim.com* pada periode 2014-2018.

3.1. TEMUAN DATA PERHITUNGAN DISTRIBUSI FREKUENSI DAN PRESENTASE UNIT ANALISIS

Pada subbab ini, peneliti akan membahas hasil temuan data dan presentase unit analisis dari hasil pengolahan data. Tidak hanya memaparkan data saja, peneliti juga akan menganalisis dengan memakai teori yang telah ditetapkan oleh peneliti.

3.1.1. Temuan Data

Setelah melakukan uji reliabilitas dari setiap unit analisis, peneliti melakukan perhitungan frekuensi dan presentase setiap kategori dan selanjutnya dilakukan analisis data penelitian. Perhitungan distribusi frekuensi dikelompokkan menjadi dua sesuai dengan kategori dalam unit analisis yaitu citra keinginan dan citra perusahaan. Berikut hasil distribusi frekuensi setiap kategori:

Isi berita adalah uraian lebih lengkap dari berita. Dalam membuat berita, model yang paling sering digunakan adalah model

piramida terbalik. Selain itu, ada piramida tegak. Untuk piramida tegak, bagian awal (kerucut) adalah pembukaan yang merupakan bagian yang paling tidak penting. Bagian tengah adalah body atau uraian berita. Bagian penting bawah adalah kesimpulan yang merupakan bagian paling penting. Pola ini cocok untuk berita-berita ringan, *feature* atau *human interest*. Ada lagi pola kronologis di mana semua bagian berita mempunyai sifat sama-sama penting. Pola ini dapat digunakan untuk berita-berita ringan dan *feature* maupun berita investigasi, Kriyantono, (2012, h.136).

Isi berita ini digunakan untuk melihat apakah setiap berita yang ditampilkan pada *website* pupuk kaltim telah sesuai dengan visi dan misi, tujuan dari Pupuk Kaltim dalam membangun perusahaan. Isi berita mempengaruhi penilaian dan pandangan publik terhadap perusahaan dan hal ini sangat berkaitan dengan citra baik perusahaan. Penjabaran kategoris isi berita di Pupuk Kaltim, diturunkan pada kategorisasi berikut:

- a. Menampilkan informasi aktivitas yang sedang dilakukan perusahaan (melalui kegiatan yang telah dibuat, seperti seminar, kunjungan perusahaan dan kegiatan sosial)

Menampilkan informasi aktivitas terbaru perusahaan merupakan salah satu bentuk kategori citra keinginan atau citra yang diharapkan oleh sebuah organisasi atau perusahaan. Salah

satunya memberitahukan kepada publik mengenai kegiatan-kegiatan yang sedang dilakukan oleh Pupuk Kaltim, mulai dari acara perusahaan hingga kegiatan sosial CSR. Seluruh kegiatan tersebut nantinya ditampilkan pada kanal berita *website* Pupuk Kaltim. Berikut hasil distribusi frekuensi kategorisasi informasi yang ditampilkan pada kanal berita *website* Pupuk Kaltim mengenai seluruh kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan:

Tabel 3.1 : Distribusi Frekuensi Menampilkan informasi aktivitas yang sedang dilakukan perusahaan (melalui kegiatan yang telah dibuat, seperti seminar, kunjungan perusahaan dan kegiatan sosial)

Sub Kategorisasi	Frekuensi	%
Ya	124	99%
Tidak	2	1%
Total	126	100

Berdasarkan hasil perhitungan, sebagian besar berita yang ditampilkan oleh Pupuk Kaltim menjelaskan aktivitas yang sedang dilakukan perusahaan yaitu melaksanakan kegiatan yang telah atau sedang dilaksanakan oleh perusahaan. Sebanyak 124 atau 99% berita menjelaskan seluruh kegiatan yang sedang dibuat dan dijalankan oleh perusahaan dan sebanyak 1% atau 2berita tidak menjelaskan aktivitas perusahaan dikarena berita yang

diterbitkan adalah berita dari pihak luar yang berkaitan dengan Pupuk Kaltim.

b. Menampilkan informasi hasil produk perusahaan

Informasi produk yang dihasilkan perusahaan juga berkaitan dalam membentuk citra keinginan, dalam hal ini peneliti berfokus pada berita-berita yang memberikan informasi tentang produk-produk yang diproduksi oleh Pupuk Kaltim seperti pupuk urea, pupuk npk dan amoniak. Selain itu, berita juga menyajikan tentang formula keunggulan, harga dan manfaat produk tersebut. Maka, peneliti menjabarkan informasi produk sebagai salah satu kategorisasi dalam membentuk citra keinginan, berikut hasil distribusi frekuensi:

Tabel 3.2 : Distribusi Frekuensi Menampilkan informasi hasil produk perusahaan

Sub Kategorisasi	Frekuensi	%
Ya	1	1%
Tidak	124	99%
Total	126	100

Berdasarkan hasil perhitungan, sebagian besar berita yang ditampilkan oleh Pupuk Kaltim tidak menjelaskan mengenai hasil

produksi perusahaan yaitu pupuk urea, pupuk npk dan amoniak yaitu sebesar 126 berita atau 99%. Sedangkan hanya terdapat 1 berita (1%) yang menjelaskan mengenai produk perusahaan.

c. Terdapat Logo perusahaan dalam berita

Logo merupakan merk dagang, produk atau perusahaan yang sangat berhubungan dengan pembentukan identitas perusahaan agar dikenal oleh publik. Pada penelitian ini, peneliti juga memilih logo sebagai kategorisasi dilihat berdasarkan logo yang ditampilkan pada setiap berita yang tujuannya untuk mengetahui identitas Pupuk Kaltim. Berikut penjabaran informasi hasil distribusi frekuensi kategorisasi apakah terdapat logo pada setiap berita pada kanal website berita:

Tabel 3.3 : Distribusi Frekuensi Terdapat Logo perusahaan dalam berita

Sub Kategorisasi	Frekuensi	%
Ya	58	46%
Tidak	68	54%
Total	126	100

Berdasarkan hasil perhitungan, hanya 58 berita atau 46% yang menampilkan logo perusahaan dalam setiap foto berita.

Sebanyak 68 berita atau 54% tidak menampilkan logo perusahaan.

- d. Berita menjelaskan keberhasilan perusahaan dalam memproduksi pupuk dan keberhasilan dalam melakukan kegiatan tanggung jawab sosial CSR

Informasi keberhasilan produksi perusahaan dan keberhasilan menjalankan kegiatan sosial merupakan salah satu hal yang berkaitan dengan pembentukan citra perusahaan. Pada kategorisasi ini, peneliti menjabarkan seberapa sering Pupuk Kaltim memberitakan mengenai keberhasilan produksi perusahaan dan keberhasilan dalam mengelola kegiatan tanggung jawab sosial. Berikut penjabaran hasil distribusi frekuensi kategorisasi Citra perusahaan:

Tabel 3.4 : Distribusi Frekuensi Berita menjelaskan keberhasilan perusahaan dalam memproduksi pupuk dan keberhasilan dalam melakukan kegiatan tanggung jawab sosial CSR

Sub Kategorisasi	Frekuensi	%
Ya	110	88%
Tidak	16	12%
Total	126	100

Berdasarkan hasil perhitungan, sebagian besar berita yang ditampilkan oleh Pupuk Kaltim menjelaskan informasi tentang keberhasilan perusahaan dalam melakukan kegiatan sosial (CSR) sebanyak 110 berita (88%). Sedangkan sebanyak 16 berita (12%) Pupuk Kaltim tidak memberitakan mengenai keberhasilan dalam menjalankan kegiatan sosial tersebut.

- e. Berita menjelaskan penghargaan yang di dapatkan perusahaan dari pihak luar

Citra perusahaan juga dapat dilihat berdasarkan penghargaan yang telah didapatkan oleh setiap perusahaan. Informasi penghargaan yang di dapatkan oleh Pupuk Kaltim dan ditampilkan pada kanal berita website Pupuk Kaltim juga berfungsi memberitahukan publik mengenai sejauh mana prestasi yang didapatkan perusahaan dari pihak luar. Berikut penjabaran hasil distribusi frekuensi kategorisasi:

Tabel 3.5 : Distribusi Frekuensi Berita menjelaskan penghargaan yang di dapatkan perusahaan dari pihak luar

Sub Kategorisasi	Frekuensi	%
Ya	3	2%
Tidak	123	98%
Total	126	100

Berdasarkan hasil perhitungan, sebagian besar berita yang ditampilkan oleh Pupuk Kaltim tidak menjelaskan penghargaan yang didapatkan oleh Perusahaan dari pihak luar, hanya 3 berita (2%) perusahaan yang memberitakan mengenai penghargaan tersebut, dan sebesar 123 berita (98%) Pupuk Kaltim tidak memberitakannya.

- f. Terdapat informasi yang menjelaskan kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan (CSR dan Program Kemitraan Bina Lingkungan)

Kegiatan-kegiatan sosial seperti CSR (*Corporate Social Responsibility*) juga merupakan pembentukan citra perusahaan. Pada penelitian ini, peneliti juga berfokus untuk melihat kegiatan CSR yang dilakukan oleh Pupuk Kaltim khususnya pada program kemitraan dan bina lingkungan. Berikut penjabaran hasil distribusi frekuensi kategorisasi:

Tabel 3.6 : Distribusi Frekuensi Terdapat informasi yang menjelaskan kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan (CSR dan Program Kemitraan Bina Lingkungan)

Sub Kategorisasi	Frekuensi	%
Ya	126	100%

Tidak	0	0%
Total	126	100

Berdasarkan hasil perhitungan, sebagian besar berita yang ditampilkan oleh Pupuk Kaltim menjelaskan kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh Pupuk Kaltim khususnya pada Program Kemitraan Bina Lingkungan yakni sebanyak 126 berita (100%).

3.2. Analisis Data

Pada penelitian yang berfokus untuk mengetahui jenis citra yang sering muncul dalam *website* pupuk Kaltim melalui kanal berita, data telah didapatkan dari hasil *coding sheet* yang telah diukur melalui uji reliabilitas dan perhitungan distribusi frekuensi. Hasil yang didapatkan dari uji reliabilitas tersebut adalah data yang sudah terbukti reliabel. Oleh karena itu, *coding sheet* yang telah dibuat peneliti dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

3.2.1. Public Relations (PR) di Pupuk Kaltim

Public Relations (PR) merupakan salah satu sub bidang ilmu komunikasi yang secara langsung bertugas menjadi jembatan antara perusahaan atau organisasi dengan publiknya untuk mencapai *mutual understanding* antara perusahaan dengan publiknya, Ardianto (2006, h.3). Hasil penelitian yang dilakukan peneliti mengenai analisis isi *website*

“pupukkaltim.com” melalui kanal berita *website*, menunjukkan bahwa telah ada kegiatan Pupuk Kaltim dalam melakukan tugasnya dalam menjembatani antara perusahaan dengan publiknya dalam mencapai *mutual understanding*. Hal ini dilihat berdasarkan temuan data, di mana Pupuk Kaltim telah membuat *website* yang berfungsi untuk memberikan informasi kepada seluruh publik. *Website* tersebut sangat berfungsi sebagai alat perusahaan dalam memberikan informasi terbaru mengenai seluruh kegiatan perusahaan kepada publik.

Penggunaan *website* di perusahaan merupakan salah satu dari program PR. Program PR berkaitan dengan fungsi PR di mana PR harus dapat merumuskan dan melaksanakan sebuah program yang berkaitan dengan kepentingan publik, Rachmadi (dalam Ardianto, 2006, h.21). PR sangat bertanggung jawab dalam mengkomunikasikan antara organisasi dengan cara membuat program-program komunikasi salah satunya dengan menggunakan media internal. Menurut Ruslan (2002, h.197) media internal merupakan salah satu bagian PR dalam menjalankan suatu program yang berkaitan dengan informasi mengenai perusahaan dan juga merupakan alat yang digunakan oleh PR untuk keperluan publikasi atau sebagai sarana komunikasi dengan publik. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Peneliti, Pupuk Kaltim telah menggunakan media internal sebagai alat yang memberikan informasi kepada seluruh publik. Hal ini, juga berkaitan dengan fungsi PR di mana PR Pupuk Kaltim telah membuat program

komunikasi dengan publik dengan menggunakan *website* pupukkaltim.com sebagai alat komunikasi.

Fungsi media internal menurut Ruslan (1998, h.187) yaitu sebagai media komunikasi internal dan eksternal dalam penyampaian pesan-pesan, informasi dan berita mengenai aktivitas perusahaan, manfaat produk barang dan jasa serta cara publikasinya kepada *stakeholders* lingkup dalam perusahaan hingga luar perusahaan. Pada penelitian ini, Pupuk Kaltim telah menerapkan fungsi media internal tersebut berdasarkan hasil temuan data. Pupuk Kaltim menggunakan salah satu media internalnya yaitu *website* pupukkaltim.com sebagai sarana penyampaian pesan-pesan, informasi dan berita mengenai aktivitas perusahaan yaitu rangkaian kegiatan yang dilakukan sehari-hari perusahaan salah satunya aktivitas dalam menjalankan kegiatan CSR yang selalu diberitakan untuk memberikan informasi terbaru tentang perusahaan kepada pihak luar melalui *website*.

Website perusahaan dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk mempublikasikan informasi berupa teks, gambar, dan program multimedia lainnya yang berupa animasi (gambar gerak, tulisan gerak) suara dan gabungan dari semua itu baik bersifat statis maupun dinamis yang berbentuk halaman dengan halaman lain, Marisa (2017, h.1). Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan jika *website* yang dimiliki oleh perusahaan harus memiliki keunikan dan tampilan yang menarik publik dan juga harus memiliki kelengkapan dalam memberikan informasinya. Selain itu, menurut Kriyantono (2009, h. 275) *website*

merupakan media internal yang bersifat dua arah dan yang paling populer digunakan oleh publik ketika membutuhkan informasi tentang suatu perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, *website* merupakan sarana utama Pupuk Kaltim dalam memberikan informasi mengenai perusahaan dan merupakan salah satu alat media internal yang digunakan dalam menampilkan informasi paling terbaru mengenai perusahaan. *Website* sebagai sarana paling pertama yang di unggah oleh publik dalam memberikan informasi berkaitan dengan citra yang dibentuk oleh Pupuk Kaltim.

Citra berkaitan dengan nama baik perusahaan, yakni penilaian perusahaan sangat bergantung dengan penafsiran dan pemahaman publik terhadap perusahaan mengenai arti keberadaan perusahaan tersebut, Gray (dalam Sudarso, 2016, h.50). Citra juga akan menunjukkan baik atau buruknya keberadaan peran dan fungsi serta manfaat perusahaan bagi seluruh pihak yang berkepentingan terkait dengan perasaan. Pada penelitian ini, hasil menunjukkan jika Pupuk Kaltim membentuk citra melalui *website* pupukkaltim.com salah satunya dengan membangun citra berdasarkan berita-berita yang ditampilkan pada kanal berita *website*. Berita juga sangat berpengaruh dalam pembentukan citra sebuah perusahaan, karena dengan menampilkan informasi terbaru dan berkaitan langsung dengan seluruh kegiatan perusahaan, maka publik juga dapat membangun persepsi berdasarkan apa yang mereka baca, dalam hal ini Pupuk Kaltim setiap harinya memasukkan seluruh informasi terbaru setiap harinya mengenai

aktivitas perusahaan yang fungsinya untuk membentuk citra positif di mata masyarakat. Salah satu berita yang paling banyak di unggah oleh Pupuk Kaltim yaitu berkaitan dengan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pada tahun 2014 hingga 2018 sebanyak 185 berita mengenai kegiatan CSR Pupuk Kaltim. CSR merupakan kegiatan yang wajib dilakukan oleh setiap perusahaan dan korporasi berdasarkan undang-undang Nomor 40 Pasal 74 tahun 2005. Kegiatan-kegiatan CSR ini juga membantu Pupuk Kaltim dalam menjalin hubungan baik dengan pihak eksternal.

Pada pembentukan citra positif, citra tersebut memiliki jenis yang berbeda-beda. Menurut Jefkins (dalam Sari, 2017, h.19) terdapat enam jenis citra yang berfungsi untuk mengetahui jenis citra apa yang terbentuk dalam sebuah perusahaan yaitu, citra cermin, citra kini, citra keinginan, citra perusahaan, citra majemuk, dan citra penampilan. Berdasarkan hasil temuan data yang peneliti dapatkan, hanya terdapat dua jenis citra yang dapat digunakan dalam meneliti citra di Pupuk Kaltim melalui kanal berita *website* pupukkaltim.com yaitu citra keinginan dan citra perusahaan. Jenis citra cermin, citra kini, citra penampilan dan citra majemuk tidak digunakan untuk melakukan penelitian karena, jenis citra tersebut adalah citra yang terbentuk berdasarkan kesan orang lain yang disampaikan ke pihak lain. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini yaitu, urutan pertama sebanyak 100% Pupuk Kaltim memberikan informasi yang menjelaskan kegiatan tanggung jawab social yang dilakukan oleh perusahaan (CSR dan Program Kerja Bina Lingkungan). Urutan kedua, sebanyak 99% berita menjelaskan

aktivitas yang sedang dilakukan perusahaan (melaksanakan kegiatan yang telah dibuat seperti seminar, kunjungan dan kegiatan sosial). Urutan ke tiga, sebanyak 88% berita menjelaskan keberhasilan perusahaan dalam memproduksi pupuk dan keberhasilan dalam melakukan kegiatan tanggung jawab social (CSR). Urutan ke empat, sebesar 48% terdapat logo perusahaan dalam setiap berita. Urutan ke lima, sebanyak 2% berita menjelaskan penghargaan yang di dapatkan perusahaan dari pihak luar. Urutan terakhir sebanyak 1% berita menjelaskan hasil produk perusahaan (pupuk urea, pupuk npk, dan ammonia).

Berdasarkan hasil temuan data, dapat dilihat jika jenis citra yang sering muncul di Pupuk Kaltim melalui kanal berita *website* pupukkaltim.com yaitu jenis citra perusahaan dan citra keinginan yang terbentuk pada *website* pupukkaltim.com khususnya dalam berita-berita yang ditampilkan.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab rumusan masalah, yakni bagaimana analisis isi *website* perusahaan PT Pupuk Kalimantan Timur Bontang melalui kanal berita *website* “pupukkaltim.com”. Dari data yang di peroleh dapat diberi kesimpulan dan saran sebagai berikut:

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, yaitu mengenai citra perusahaan PT Pupuk Kalimantan Timur Bontang melalui kanal berita *website* “pupukkaltim.com” dapat ditarik kesimpulan, Pupuk Kaltim sebagai perusahaan Pupuk terbesar di Indonesia memiliki visi, misi dan tujuan dalam membangun perusahaan yang dijelaskan Peneliti pada bab 2. Keberhasilan mencapai visi, misi dan tujuan perusahaan tersebut, Pupuk Kaltim sebarakan kepada publik dengan cara menampilkan berita aktivitas-aktivitas PR khususnya dalam bidang CSR. Aktivitas tersebut di tampilkan oleh Pupuk Kaltim melalui berita yang disajikan pada *website* pupukkaltim.com. Pupuk Kaltim berhasil membangun citra positif khususnya citra jenis perusahaan dan keinginan.

Citra keinginan merupakan citra yang diharapkan oleh perusahaan sesuai dengan apa yang di capai oleh perusahaan, hasil yang didapatkan bahwa citra keinginan tersebut telah terbentuk di Pupuk Kaltim dengan cara Pupuk Kaltim menjalankan aktivitas-aktivitas perusahaan seperti kegiatan seminar,

kunjungan perusahaan dan kegiatan sosial. Sedangkan pada jenis citra perusahaan yang artinya berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utama, mulai dari sejarah, visi misi, kualitas pelayanan dan tanggung jawab sosial (CSR) Pupuk Kaltim berhasil melakukan aktivitas rutin yang berkaitan dengan CSR dan Pupuk Kaltim melakukan banyak kegiatan dengan *stakeholders*. Kegiatan CSR tersebut selalu berhasil dilaksanakan hal ini berdasarkan hasil dari temuan data pada isi berita di *website* pupukkaltim.com di mana Pupuk Kaltim banyak sekali melakukan kegiatan sosial tidak hanya di Kota Bontang, tetapi luar lingkup Bontang seperti pedesaan yang ada di disekitar Kalimantan Timur.

Selain itu, Isi berita yang ditampilkan pada kanal berita hanya terdapat 3 kategorisasi yang sering muncul yaitu:

- a. Terdapat informasi yang menjelaskan kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan Pupuk Kaltim yaitu dalam bidang CSR dan program kemitraan bina lingkungan).
- b. Berita di kanal berita menjelaskan aktivitas yang sedang dilakukan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan telah dibuat/dilaksanakan seperti seminar, kunjungan perusahaan, kegiatan sosial.
- c. Berita menjelaskan keberhasilan perusahaan dalam memproduksi pupuk dan keberhasilan dalam melakukan kegiatan tanggung jawab social (CSR).

Terakhir, selama kurun waktu lima tahun terakhir, berita-berita yang yang diunggah tidak konsisten jumlahnya. Namun, hasil yang didapatkan *PR*

officer Pupuk Kaltim telah mempraktikkan dan mengelola program PR untuk perusahaan yang berfungsi untuk membangun citra perusahaan salah satunya dengan menggunakan website pupukkaltim.com sebagai sarana membangun citra baik di mata publik.

4.2. Saran

PT Pupuk Kalimantan Timur Bontang, sebagai perusahaan Pupuk terbesar di Indonesia mempunyai dampak besar bagi beberapa wilayah di Indonesia, tidak hanya di daerah Kota Bontang Kalimantan Timur. Sebaiknya PR di Pupuk Kaltim tidak hanya memberitakan kegiatan yang hanya dilakukan di Bontang saja, tetapi bisa ditambahkan berita-berita yang juga berkaitan dengan aktivitas Pupuk Kaltim pada setiap kantor perwakilan di Kota lain untuk memberitahukan kepada publik mengenai aktivitas-aktivitas Pupuk Kaltim tidak hanya yang di Kota Bontang saja hal ini akan membantu meningkatkan citra Pupuk Kaltim, karena pada dasarnya *website* pupukkaltim.com dapat diunggah oleh seluruh publik di Indonesia. Selain itu, Pupuk Kaltim harus konsisten dalam mengunggah berita disetiap tahunnya dengan perbandingan yang tidak jauh, sehingga publik dapat menilai jika setiap tahunnya Pupuk Kaltim selalu memberikan berita-berita terbaru dan sangat informatif.

Hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan Pupuk Kaltim untuk mengevaluasi perusahaan mengenai jenis citra yang terbentuk di publik apakah telah sesuai atau belum dengan apa yang ingin diciptakan oleh Pupuk Kaltim. Selanjutnya, penelitian ini bisa digunakan untuk penelitian selanjutnya dengan

menambahkan data sekunder berupa wawancara kepada Pupuk Kaltim sehingga mendapatkan data yang lebih detail tentang fungsi media internal dan citra yang terbentuk di Pupuk Kaltim melalui *website* pupukkaltim.com.



Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. (2006). *Public Relations, Suatu Pendekatan Praktis Kiat menjadi Komunikator dalam Berhubungan dengan Publik dan Masyarakat*. Bandung:Pustaka Bani Quraisy.
- Bungin, Burhan. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Butterick, Keith. (2012). *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta:Rajawali Pers.
- Collage, Maria. (2009). *Teknik Membuka Bisnis Desain Arsitektur*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Cutlip, S, Broom, G., & Center, A. (2011). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Ees.(2007).*Profil Perusahaan Interaktif dengan MS PowerPoint 2007*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi : Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Penerbit Kencana Predana Media Group.
- Kasali, Rhenald. (1999). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Tekhnik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. (2012). *Public Relations Writing Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Marisa, Fitri. (2017). *Web Programming (Client Side and Server Side)*. Yogyakarta: Deepublish.

- Nasrullah. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Nova, Firsan. (2009). *50 Kasus Terkini Crisis Public Relations*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia Kompas Gramedia Building.
- Ruslan, Rosady. (1998). *Kiat & Strategi Kampanye PR*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2002). *Manajemen PR dan Media Komunikasi*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sari, A, Anditha. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Sudarso, Andriasan. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaksono, Hari. (2019). *Budaya Organisasi dan Kinerja*. Yogyakarta; Deepublish.
- Umar, Husein. (2003). *Metode Riset Bisnis Panduan Mahasiswa untuk Melaksanakan Riset dilengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Internet

- (Annual Report, 2018) from <https://www.pupukkaltim.com/id/laporan-laporan-tahunan> (diakses 1 Februari 2019 pukul 19.00 WIB)
- (Home, 2017) from <https://www.pupukkaltim.com/id/home> (di akses 3 November 2019 pukul 14.00 WIB)
- (Profil dan Bisnis, 2017) from <https://www.pupukkaltim.com/id/perusahaan-profil-bisnis> (di akses 3 November 2019 pukul 14.00 WIB)
- (Tentang Produk, 2017) from <https://www.pupukkaltim.com/id/produk-distribusi-tentang-produk> (di akses 3 November 2019 pukul 14.00 WIB)
- (Visi dan Misi, 2017) from <https://www.pupukkaltim.com/id/perusahaan-visi-misi-budaya-perusahaan> (di akses 3 November 2019 pukul 14.00 WIB)

Skripsi

Prihaniati, Annisa, W. (2008). *Kecenderungan Isi Majalah Kominfo “Media Kominfo” Sebagai Majalah Internal Departemen Komunikasi dan Informatika*. Universitas Mercu Buana Jakarta. Skripsi

Rissi , D. (2013). *CITRA PERUSAHAAN DALAM PEMBERITAAN MEDIA CETAK LOKAL (Studi Analisis Isi Pemberitaan Surat Kabar tentang Pemberhentian Direktur Pemasaran PT Bank Pembangunan Daerah Nusa Tenggara Timur Periode Maret 2012 – April 2012)*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Skripsi





LAMPIRAN 1

Coding Sheet

Kecenderungan Citra Perusahaan PT Pupuk Kalimantan Timur Bontang Melalui Website “Pupukkaltim.com” Periode Tahun 2014-2018

Instruksi 1 : Isilah data-data di bawah ini dengan huruf balok!

Judul Berita : _____

Tanggal Terbit : _____

Nama Pengkoding : _____

Intruksi 2 : Pada bagian ini anda dimohon untuk memberikan respon atas setiap pernyataan dengan memberikan tanda silang (X) pada bagian yang telah disediakan. Berikan satu jawaban saja di setiap pernyataan berikut:

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	a. Terdapat informasi yang menjelaskan keterlibatan pimpinan menghadiri seluruh kegiatan perusahaan (Direksi, <i>General Manager</i> dan Manager)		
	b. Terdapat informasi yang menjelaskan aktivitas khusus yang dilakukan pimpinan perusahaan (pemberian sambutan, memimpin rapat)		
2.	a. Terdapat informasi yang menjelaskan aktivitas yang sedang dilakukan perusahaan (melaksanakan kegiatan yang telah dibuat, seperti seminar, kunjungan, dan kegiatan sosial)		
	b. Terdapat informasi yang menjelaskan hasil produk perusahaan (pupuk urea, pupuk npk dan ammonia)		
	c. Terdapat gambar logo perusahaan dalam berita.		
3.	a. Terdapat informasi yang menjelaskan keberhasilan perusahaan dalam memproduksi pupuk dan		

	keberhasilan dalam melakukan kegiatan tanggung jawab sosial (CSR)		
	b. Terdapat informasi yang menjelaskan penghargaan yang di dapatkan perusahaan dari pihak luar.		
	c. Terdapat informasi yang menjelaskan kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan (CSR dan Program Kemitraan Bina Lingkungan)		
4.	a. Terdapat informasi yang menjelaskan budaya organisasi perusahaan (keunikan perusahaan salah satunya karyawan menggunakan seragam yang telah ditentukan perusahaan, kegiatan pekan olahraga dan seni karyawan, dan kegiatan K3 keamanan, kesehatan dan keselamatan kerja)		
5.	a. Terdapat informasi yang menjelaskan partisipasi dan kontribusi kerja yang dilakukan karyawan kepada perusahaan dalam seluruh kegiatan yang telah dibuat dan ditetapkan perusahaan (seminar, upacara, hari perayaan dan pelatihan)		
	b. Terdapat informasi yang menjelaskan penghargaan yang diberikan perusahaan khusus untuk karyawan yang telah ditetapkan sebagai karyawan terbaik		

LAMPIRAN 2

Judul Berita CSR Pupuk Kaltim Periode 2014-2018

No.	Judul Berita	Tanggal
1.	Pupuk Kaltim Serahkan Bantuan untuk Korban Bencana Alam di Manado	05 Februari 2014
2.	Pupuk Kaltim Peduli Korban Bencana Gunung Sinabung	20 Februari 2014
3.	Pupuk Kaltim Berikan Bantuan Mesin Pencacah Kompos untuk Warga Guntung	07 Maret 2014
4.	Pupuk Kaltim Fasilitas Bimbingan Belajar Bagi Murid SD di Kelurahan Guntung	17 April 2014
5.	Jelang Ujian Nasional, Pupuk Kaltim Bantu Bimbel dan Gelar Doa Bersama Bagi Murid Sekolah Dasar di Kelurahan Guntung	09 Mei 2014
6.	Pupuk Kaltim Gelar Pelatihan Budidaya Lebah Madu	09 Mei 2014
7.	Peringati ISRA' MI'RAJ, BPUI Pupuk Kaltim Gelar Tabligh Akbar	21 Mei 2014
8.	Pupuk Kaltim Launching Program CSR 2014	26 Mei 2014
9.	125 Pedagang Ramaikan Bazar Ramadhan 1435 H Majelis Ta'lim Muslimah Yayasan Baiturahman PKT	01 Juli 2014
10.	Pupuk Kaltim Peringati Nuzulul Qur'an 1435 H	16 Juli 2014
11.	Utamakan SDM Lokal Dalam Rekrut Karyawan	07 Agustus 2014

12.	Mitra Binaan Pupuk Kaltim Sukses Panen Padi dengan Hasil Memuaskan	05 September 2014
13.	Masyarakat Bontang Perebutkan 750 Kilogram Ikan Mas	15 September 2014
14.	Percepatan Menuju Sekolah Budidaya Lingkungan	16 September 2014
15.	Kucurkan Rp 69,5 Juta untuk Erau Pelas Benua Guntung	24 September 2014
16.	Senam Sehat Bersama Pupuk Kaltim	16 Oktober 2014
17.	Jajaki Penilaian CSR Lewat Survei Kepuasan Lingkungan	22 Oktober 2014
18.	Gelontarkan Ratusan Juta Rupiah untuk Kesehatan Mata Murid SD	22 Oktober 2014
19.	Pupuk Kaltim Upayakan Sosialisasi Penanggulangan Dampak Industri Secara Mandiri	07 November 2014
20.	Bekal Bentuk Pola Asuh	11 November 2014
21.	Buka Peluang Usaha Baru Melalui Pelatihan Tata Kecantikan	21 November 2014
22.	Meriahkan HUT ke-37 Pupuk Kaltim Gelar Expo	16 Desember 2014
23.	Melaju Ke Grand Prix Marching Band 2014, MB Bontang Pupuk Kaltim Persembahkan Tribute to Rene Conway	22 Desember 2014
24.	Pupuk Kaltim Edukasi Warga untuk Tanggap Darurat	23 Januari 2015
25.	Komitmen Tiada Henti Untuk Majukan Mitra	28 Mei 2015
26.	Perindah Kota Bontang Dengan Kegiatan Mural	08 Juni 2015

27.	Ini Aksimu, Mana Aksimu?	08 Juni 2015
28.	Jalin Kebersamaan dan Persaudaraan, Pupuk Kaltim Kunjungi Masjid-Masjid disekitar Perusahaan	29 Juni 2015
29.	Bantu Masyarakat Penuh Kebutuhan Pokok, Pupuk Kaltim Jual Sembako Murah	03 Juli 2015
30.	Jelang Idul Fitri Pupuk Kaltim Bagikan Sembako untuk Petugas Kebersihan dan Pengamen	08 Juli 2015
31.	Ramadhan 1436 H, Pupuk Kaltim Gelar Seminar Pra Nikah	08 Juli 2015
32.	Buka Puasa Bersama Stakeholder dan Insan Media	08 Juli 2015
33.	Sinergi dengan Masyarakat Lewat Olahraga dan Seni (Peringati Hut ke 38 Pupuk Kaltim)	15 Desember 2015
34.	Pupuk Kaltim Launching Rumah Toga Enggang Herbal	18 Desember 2015
35.	Senam dan Jalan Sehat Bersama (Peringati HUT Pupuk Kaltim ke-38)	23 Desember 2015
36.	Semangat Go Green dalam Iestarikan Lingkungan	30 Desember 2015
37.	Edukasi Warga Melalui Sosialisasi dan Simulasi Penanggulangan Kebijakan Serta P3K Komunitas	15 Januari 2016
38.	Pupuk Kaltim Pastikan Pelajar di Wilayah Buffer zone Siap Hadapi UN 2016	17 Februari 2016
39.	Beasiswa Anak Didik Bagi Masyarakat Buffer Zone	25 Juli 2016

40.	Veteran di Kaltim akan Terima Batuan Renovasi Rumah	28 Juli 2016
41.	Membangun Jiwa Kewirausahaan Narapidana	08 Agustus 2016
42.	Untuk Mempercantik Kota dan Mengurangi Polusi Pupuk Kaltim Bantu Taman Mural dan Vertical Garden ke Pemerintah Kota Bontang	25 Agustus 2016
43.	Sepuluh Sekolah di Kaltim ikut dalam Rangka Program BUMN Mengajar	26 Agustus 2016
44.	Mitra Binaan Pupuk Kaltim ikut Serta Mewakili Provinsi Kalimantan Timur Dalam Ajang KUBE Berprestasi Tingkat Nasional	14 Oktober 2016
45.	Atlit Bontang Dominasi Suara Marathon di Tenggarong	14 Oktober 2016
46.	BUMN Mengajar Sambangi Sekolah di Pedalaman Kaltim	02 November 2016
47.	Lewat Program CSR, Pupuk Kaltim Menggelar Pelatihan Kerajinan Daur Ulang Sampah	08 November 2016
48.	Pupuk Indonesia, Pupuk Kaltim dan Utama Karya Jalin Sinergi Melalui Program Bedah Rumah Veteran di Kaltim	15 November 2016
49.	Dukung Program Creating City, Melalui CSV Pupuk Kaltim Gelar Pelatihan Budidaya Ikan Kerapu dan Lobster di Banten	05 Desember 2016
50.	HUT ke-39, Pupuk Kaltim Menurunkan Terumbu Buatan dan Menebar Bibit Ikan Kerapu	09 Desember 2016

51.	Mekarsari Raih Juara Pertama KUBE Tingkat Nasional	15 Desember 2016
52.	Bekali Mitra Binaan Dengan Pelatihan E-Commerce	15 Desember 2016
53.	Melalui Pelatihan dan Pendampingan Pupuk Kaltim Tingkatkan Kapasitas Masyarakat Sekitar Perusahaan	27 Desember 2016
54.	Untuk Meningkatkan Pola Hidup Bersih Warung Makan Pupuk Kaltim Gelar Sosialisasi Hygiene dan Sanitasi Warung untuk Wilayah Buffer Zone	23 Januari 2017
55.	Agar Warga Bontang Lestari Mengerti Teknologi Informasi Melalui CSR Pendidikan Pupuk Kaltim Mengadakan Pelatihan Komputer	23 Januari 2017
56.	Pupuk Kaltim Berikan Edukasi Pelajar SMA Lewat Seminar HIV dan Narkoba Serta Safety Riding	26 Januari 2017
57.	Rayakan HUT BUMN, Pupuk Kaltim Berikan Pupuk dan Bibit Bawang Putih di Lombok Timur	31 Januari 2017
58.	Lomba PMK dan P3K Antar Masyarakat Buffer Zone	07 Februari 2017
59.	Kebocoran Amoniak Renggut 3 Korban Warga Loktuan Simulasi Tanggap Darurat Pupuk Kaltim	10 Februari 2017
60.	Pupuk Kaltim Tutup Bulan K3 Nasional Dengan Lomba Senam Kreatif	14 Februari 2017
61.	Pupuk Kaltim Mengadakan Pelatihan Menjahit Tingkat Mahir	09 Maret 2017
62.	Pupuk Kaltim Hadiri HUT bersama BUMN	21 April 2017

63.	Bersama Membangun Kejayaan Sembalun	26 Mei 2017
64.	Launching Program CSR Tahun 2017	12 Juli 2017
65.	Peserta Siswa Mengenal Nusantara Program BUMN Hadir untuk Negeri Tahun 2017	31 Juli 2017
66.	Diskusi dan Koordinasi Pengembangan CSR Bersama UGM	22 Januari 2018
67.	Pelatihan CSR Kepada Masyarakat Binaan	24 Januari 2018
68.	Pupuk Kaltim Bantu Traktor dan Pompa ke Petani Teluk Pandan	30 Januari 2018
69.	Rumah Toga Enggang Herbal Binaan Pupuk Kaltim Jadi Sarana Edukasi	31 Januari 2018
70.	Perkuat Sinergi dan Harmonisasi Bersama Warga Bufferzone	14 April 2018
71.	Kembangkan Potensi Warga Pesisir olah Rumput Laut Jadi Produk Kecantikan	18 April 2018
72.	Hidupkan Listrik Malahing Lewat Inovasi Minyak Jelantah	19 April 2018
73.	Wujudkan Kemandirian PIKA Pupuk Kaltim Bekali Keterampilan 20 IRT Malahing	25 April 2018
74.	KOPNEL BEM Binaan Pupuk Kaltim Berpeluang Terima Bantuan Kapal dari Kementrian KKP	25 April 2018
75.	Pertama di Bontang, Pupuk Kaltim Latih Nelayan Malahing Budidaya Teripang	26 April 2018
76.	Mudik Gratis Bersama Pupuk Kaltim	23 Mei 2018

77.	Meriahkan HUT ke 37 RI, Pupuk Kaltim Hadirkan Lomba Dayung Bagi Warga Kampung Mandar Loktuan	27 Agustus 2018
78.	Pupuk Kaltim Kenalkan Tata Cara Hidroponik Bagi Warga Malahing	26 Agustus 2018
79.	Pupuk Kaltim Salurkan Bantuan Makanan Bai Korban Gempa Lombok	30 Agustus 2018
80.	Pupuk Kaltim Mengajar 2018 Siap Roadshow di 12 Sekolah Se-Bontang	03 September 2018
81.	Hasil Bina Warga dan Lingkungan, Uman Sasar Sinergi Program CSR dengan Pupuk Kaltim	04 September 2018
82.	Pupuk Kaltim Bekali Ratusan IRT Guntung Pembuatan Kompos Cair dan Padat	07 September 2018
83.	Dorong Peningkatan SDM, Pupuk Kaltim Bekali 30 Nelayan Binaan Keterampilan Servis Mesin Kapal	09 September 2018
84.	Pertahankan Platinum ISDA 2018, INBIS Permata Bunda Kembangkan Konsep Budaya Memperdaya	10 September 2018
85.	Mitra Binaan Pupuk Kaltim Terima Bantuan Modal Kerja Rp 1,84M	14 September 2018
86.	Anggi V. Goenadi: Komitmen Pupuk Kaltim itu Bukan Lip Service Semata	17 September 2018
87.	Nelayan Kopnel Bem Dihimbau Jadi Pelopor Keselamatan Melaut	17 September 2018
88.	Hutan Mangrove Pembawa Berkah	18 September 2018
89.	Tingkatkan Kompetensi Jahit Mitra Binaan Melalui Pelatihan dan Sertifikasi Bordir	25 September 2018

90.	Pupuk Kaltim Dorong Nelayan dan Insan Perusahaan Jaga Ekosistem Laut	24 September 2018
91.	Pupuk Kaltim Dorong Nelayan dan Insan Perusahaan Jaga Ekosistem Laut	28 September 2018
92.	Kemudahan antuan Modal Usaha Pupuk Kaltim Dorong Masyarakat Lebih Maju dan Mandiri	01 Oktober 2018
93.	Pupuk Kaltim Mengajar di SMKN 1 Bontang, Motivasi Ratusan Siswa Gapai Masa Depan	01 Oktober 2018
94.	Evaluasi Realisasi CSR Melalui Managemen Goes To Community	01 Oktober 2018
95.	Wujud Perhatian Pupuk Kaltim Kian dirasa Masyarakat	03 Oktober 2018
96.	Pupuk Kaltim Dorong Rekanan dan Mitra Bisnis Lebih Tertib Pajak	04 Oktober 2018
97.	Area Konservasi HGB 65, Ekosistem laut Terjaga, Manfaat Bagi Masyarakat Terasa	10 Oktober 2018
98.	Siap Kembangkan Ekowisata, Penanaman Mangrove HGB 65 Lebih Target	10 Oktober 2018
99.	Kain Pemersatu dari Pupuk Kaltim	11 Oktober 2018
100.	Crafina 2018, Produk Mitra Binaan Pupuk Kaltim Berdaya Saing Tinggi	11 Oktober 2018
101.	Menuju PROPERNAS 2018, Pupuk Kaltim Bekali Kemampuan Komunikasi Efektive mitra Binaan	15 Oktober 2018
102.	Bentuk Karakter Remaja Produktif, Pupuk Kaltim Fasilitas Jambore mimpir se-Kaltim	15 Oktober 2018

103.	Pupuk Kaltim Siapkan Pesisir Malahing Sebagai Keluasan Konservasi ekowisata Tourism	16 Oktober 2018
104.	Manfaat Cangkang Kepiting, Pupuk Kaltim Buka Peluang Bisnis Pakan Burung Bagi Nelayan Malahing	19 Oktober 2018
105.	Jadi Mitraan Binaan Pupuk Kaltim, Mudahkan Nafsiah Peroleh Modal Usaha	19 Oktober 2018
106.	Peringati Bulan Bahasa, Pupuk Kaltim Hadirkan Tere Liye untuk Bontang	24 Oktober 2018
107.	Sambangi SMA N 2 Bontang, Pupuk Kaltim Mengajar Sedot Antusias Ratusan Siswa	24 Oktober 2018
108.	Produk Mitra Binaan Pupuk Kaltim Curi Perhatian Peserta Rakor BUMN 2018	29 Oktober 2018
109.	Menggaku Bangga dan Terkesan, Menteri Rini Apresiasi Realisasi CSR Pupuk Kaltim	30 Oktober 2018
110.	Menuju Bontang Bebas BABS, Pupuk Kaltim Fasilitas Jembatan Pesisir Sederhan Bagi warga Buffer zone	01 November 2018
111.	MT Muslimah Yayasan Baiturahman Gelar Pasar Murah bagi Warga Kurang Mampu di Bontang dan Kutai Timur	07 November 2018
112.	Bantuan Modal Usaha Kembali Bergiur, 85 Mitra Binaan Terima Rp 2,27M	07 November 2018
113.	Pupuk Kaltim Ajak Generasi Muda Bontang Maju Tanpa NAPZA	09 November 2018
114.	Rayakan HUT Bersama Masyarakat, Karaoke Dangdut Roadshow Pupuk Kaltim Sambangi 10 Lokasi di Bontang	13 November 2018
115.	Wujud Kebersamaan, Pupuk Kaltim Ajak Ribuan Warga Bufferzone Jalan Sehat	19 November 2018

116.	Turnamen Voli Putri se-Bontang, Tursina Dominasi Kuda Putih	26 November 2018
117.	Pupuk Kaltim Berbagi Ilmu di SMKN 2 Bontang	28 November 2018
118.	Asah Kekompakan, Pupuk Kaltim Dorong Penguatan Kelembagaan Kelompok Tani Binaan	06 Desember 2018
119.	Lindungi Produk dan Merek Dagang Mitra Binaan Melalui Hak Cipta	06 Desember 2018
120.	Karyawan Pupuk Kaltim Mengajar di Pesisir Malahing	07 Desember 2018
121.	Wakil Loktuan Jawara Karaoke Dangdut Ria Pupuk Kaltim 2018	10 Desember 2018
122.	Kebersamaan HUT ke-41 Pupuk Kaltim Ajak Ribuan Masyarakat Mancing di Danau Permai	10 Desember 2018
123.	Dorong Keselamatan Melaut, Pupuk Kaltim Fasilitasi Basic Safety Training 100 Nelayan Bontang	12 Desember 2018
124.	Puluhan Siswi SMP DHS Belajar Manfaat Tanaman Obat di Toga Binaan	14 Desember 2018
125.	Semarak Gebyar Seni Pupuk Kaltim, Wadah Kreativitas pelaku Seni lokal	17 Desember 2018
126.	Pupuk Kaltim Bekali Kelompok Tani Binaan Tata Kelola Administrasi dan Keuangan	19 Desember 2018

LAMPIRAN 3











































































